

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Pengetahuan masyarakat pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari, yaitu dari 93 responden yang diamati, terdapat 49 responden yang kelas intervalnya berada pada 61-80% dengan kategori baik, 39 responden yang kelas intervalnya berada pada 41-60% dengan kategori cukup, 5 responden yang kelas intervalnya berada pada 21-40% dengan kategori kurang. Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari termasuk dalam kategori baik. Dari perhitungan setiap indikator pada variabel pengetahuan masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa faktor pendidikan, informasi atau media massa, lingkungan, dan pengalaman sangat mempengaruhi pengetahuan masyarakat pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari, hal ini dapat dilihat dari setiap jawaban pada masing-masing indikator yaitu masyarakat menjawab setuju.
2. Minat memilih produk pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari, yaitu dari 93 responden yang diamati, terdapat 7 responden yang kelas intervalnya berada pada 61-80% dengan kategori baik, 82 responden yang kelas intervalnya berada pada 41-60% dengan kategori cukup, 4 responden yang kelas intervalnya berada pada 21-40% dengan kategori kurang.

Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat memilih produk pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari termasuk kategori cukup. Dari perhitungan setiap indikator pada variabel minat memilih produk maka dapat disimpulkan bahwa faktor kognisi (gejala pengenalan), konasi (gejala kemauan), emosi (gejala perasaan) sangat mempengaruhi minat memilih produk pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari, hal ini dapat dilihat dari setiap jawaban pada masing-masing indikator yaitu masyarakat menjawab setuju.

3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan masyarakat terhadap minat memilih produk pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji t bahwa thitung 3,484 > ttabel 1990, maka tolak Ho diterima H1 yang berarti signifikan. Dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan masyarakat terhadap minat memilih produk pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Sedangkan besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, adalah 11,8% dan 88,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di bahas dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa ternyata pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat memilih produk maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan kepada Bank Muamalat Tbk. Cabang Kendari agar lebih intensif lagi dalam bersosialisasi kepada masyarakat

khususnya masyarakat kota kendari tentang Bank syariah, serta produk-produk bank syariah tersebut.

